

OR

COMUNICACIÓN CORPORATIVA
GESTIÓN DE MARCAS | RRPP | RSC

Informe de progreso 2019



APOYAMOS
AL PACTO MUNDIAL

Esta es nuestra Comunicación sobre el Progreso en la aplicación de los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

Tabla de Contenidos

01	Carta de Renovación del Compromiso
02	Perfil de la Entidad
03	Metodología
04	Análisis
	Clientes
	Empleados
	Medioambiente



CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

Este es el primer informe que OR Comunicación presenta al Pacto Mundial informando sobre su gestión de aspectos no financieros. A través del mismo pretendemos reiterar nuestra adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas.

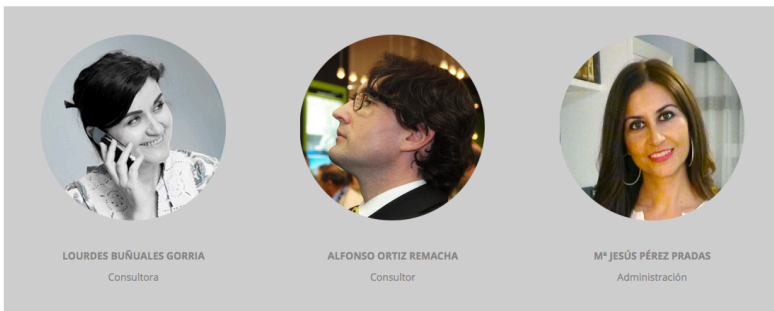
Somos una micropyme que basa sus relaciones comerciales en un ganar-ganar y entendemos la Responsabilidad Social como el punto de partida con el que interactuar con nuestros grupos de interés, actuando desde la honestidad, integridad y transparencia en nuestro día a día. Para ello, el respeto y protección a los derechos humanos es una máxima, procurando que nuestros proveedores también lo hagan.

Queremos colaborar de manera activa con el Pacto Mundial de Naciones Unidas para contribuir a la mejora de nuestro entorno y para ello nos comprometemos a cumplir y a difundir los Diez Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo Sostenible que defiende entre nuestros Grupos de Interés.

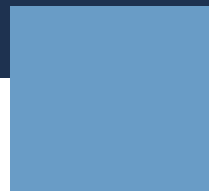
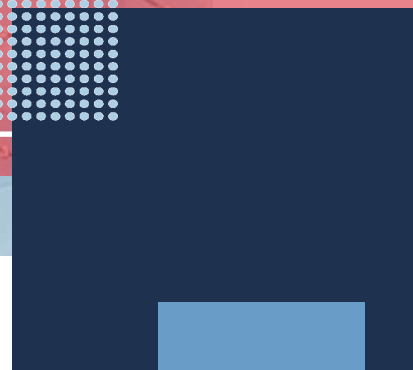
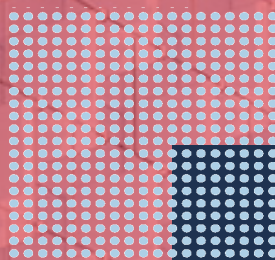
Plasmamos aquí también públicamente nuestro agradecimiento a todos nuestros clientes y proveedores por su confianza y a la Red Española del Pacto Mundial por su labor.

Alfonso Ortiz Remacha
Fundador de OR Comunicación
Ortiz Remacha Asociados, SL

EL EQUIPO



PERFIL DE LA ENTIDAD



DATOS GENERALES

Nombre Completo (Razón Social)

OR COMUNICACION

Tipo de empresa

PYME

Dirección

Calle Alfonso I, 16, 1ªA

Localidad

Zaragoza

Provincia

Zaragoza

Comunidad Autónoma

Aragón

Dirección Web

www.or-comunicacion.com

Número total de empleados

3

Facturación / Ingresos en € (Cantidades sujetas al tipo de cambio \$/€)

Hasta 960.000

MODELO DE NEGOCIO Y ENTORNO EMPRESARIAL

Sector

Servicios Profesionales

Actividad, principales marcas, productos y/o servicios

OR está especializada en comunicación corporativa, publicidad y relaciones públicas, orientada a hacer que las empresas y/o sus marcas sean relevantes para sus grupos de interés. Adicionalmente desde 2017 cuenta con formación avanzada en Responsabilidad Social con el objetivo de ayudar a las empresas a implementar en su gestión acciones alineadas con los Diez Principios del Pacto Mundial, los ODS y a reportar sobre ello. Con más de 26 años de experiencia, enfocamos la comunicación como herramienta estratégica para el progreso y la sostenibilidad de las empresas. Desarrollamos la función de Departamento de Comunicación externalizado de empresas del sector público y del sector privado de manera continua o bien mediante actuaciones puntuales; llevamos las relaciones con los medios de comunicación; redacción de notas de prensa; blogs, RR.SS; redactamos y diseñamos informes y memorias corporativas; diseñamos identidades gráficas corporativas, gestionamos marcas; lanzamos campañas de publicidad; colaboramos en la prevención, o la gestión si llega el caso, de crisis corporativas; gestionamos la presencia de las marcas en eventos, ferias y foros de su sector; organizamos y gestionamos eventos de empresariales.

Países en los que está presente la entidad o tiene producción

INFORME DE PROGRESO 2019

España

Descripción del entorno empresarial, su organización y estructura, detallando el organigrama

Insertos como estamos en un entorno general y empresarial volátil, incierto, complejo y ambiguo, hemos de desenvolvernos asumiendo, al igual que todas las empresas, riesgos difíciles de prever. Además, nos movemos en un sector dominado por empresas de mayor tamaño y con la porción en la que empresas de menor tamaño tienen cabida, muy saturada.

Por todo ello, estamos enfocados en nuestros puntos fuertes, habilidades diferenciadoras, experiencia de casi tres décadas, formación continua y un alto grado de compromiso. Es así como generamos valor a nuestros clientes, sumando a su cultura corporativa y definiendo propósitos alineados con valores relevantes para sus grupos de interés, siendo la sostenibilidad uno de los más destacados.

Asistimos a foros empresariales de interés, sectoriales del ámbito de la comunicación y a todos los relacionados con el impulso de la sostenibilidad. Adicionalmente nos hemos formado en materia de RSC y sumado a las iniciativas locales y nacionales que la impulsan. Así pues, tanto nuestra actividad diaria interna, como la externa con nuestros clientes, mantiene el enfoque sobre cómo alinearse paulatinamente con los ODS para contribuir de manera cada vez más positiva en el entorno.

Somos una microempresa radicada en Zaragoza, con una estructura de tres personas: el propietario quien es autónomo y dos trabajadoras por cuenta ajena.

Principales riesgos vinculados a la actividad de la entidad

Recibir información no veraz a través de un briefing e incurrir por este motivo en publicidad engañosa.

Quién o quiénes a nivel directivo llevan a cabo los procesos de decisión y buen gobierno para la implantación de la RSE en línea con los Principios del Pacto Mundial y si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo

En OR Comunicación el fundador y propietario de la empresa es el primer impulsor de una gestión alineada con los Principios del Pacto Mundial y los ODS. Además una de las trabajadoras, con cargo de consultora, realizó una especialización en este ámbito.

SELECCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Grupos de interés más significativos: (Los grupos de interés configuran su Informe de Progreso)

Clientes, Empleados y Medioambiente.

Criterios seguidos para seleccionar los grupos de interés

- 1.- Capacidad de lograr un impacto positivo y impulsar la difusión de los objetivos del Pacto Mundial.
- 2.- Incidencia sobre la actividad de la empresa.

Cómo se está difundiendo el Informe de Progreso a los grupos de interés

Este es nuestro primer informe de progreso. Referiremos a nuestros grupos de interés el link del Pacto Mundial para que lo conozcan, al tiempo que puedan navegar por la web del Pacto.

ALCANCE Y MATERIALIDAD

Alcance del Informe de Progreso (Países sobre los cuales la empresa reporta información en el Informe de Progreso) y sus posibles limitaciones, si existen

OR Comunicación mantiene su actividad en el ámbito nacional.

Cómo se ha establecido la materialidad o definido los asuntos más significativos a incluir en el Informe de Progreso

Hemos establecido la materialidad de los asuntos a incluir en este Informe de Progreso en función de la importancia que tienen para nuestros Grupos de interés y de nuestra capacidad para influir positivamente en los mismos o de evitar posibles perjuicios.

Periodo cubierto por la información contenida en la memoria

Año fiscal

Ciclo de presentación del Informe de Progreso

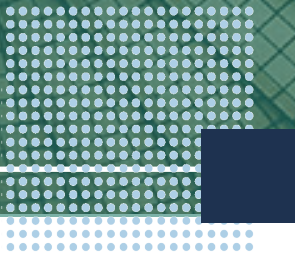
Bienal

REPORTE EN ODS

¿Desea reportar con ODS?

Sí

METODOLOGÍA



INFORME DE PROGRESO 2019

El presente Informe de Progreso está basado en la metodología de reporting por grupos de interés. El concepto de grupo de interés es clave a la hora de entender la RSE. La complejidad y el dinamismo del contexto empresarial actual ha hecho necesario adquirir un compromiso sólido con los distintos grupos de interés, afectados directa o indirectamente por la misión empresarial.

Identificar los grupos de interés, y cuáles son sus expectativas, son aspectos que facilitan la implantación integral de la RSE en el seno de cualquier organización. Esto permitirá a las entidades anticipar posibles riesgos u oportunidades y establecer políticas, acciones, herramientas e indicadores de seguimiento como los que se recogen en el presente informe.

La entidad que ha elaborado el siguiente Informe de Progreso ha desarrollado los siguientes pasos:

1. Seleccionar los grupos de interés más relevantes de su entidad.
2. Identificar las temáticas de sostenibilidad más significativas para los grupos de interés seleccionados.
3. Describir de forma detallada el trabajo de la entidad en la materia a través de:

Políticas: documentos formales plasmados por escrito que definen los valores y comunicaciones de la entidad detectados en la identificación de las temáticas.

Acciones/Proyectos: las acciones ayudan a la entidad a dar forma a las políticas desarrolladas y minimizar los riesgos detectados. Las acciones deben estar planificadas

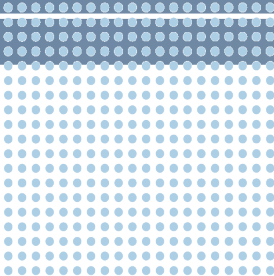
en el tiempo y diseñadas en base al grupo de interés al que van dirigidas.

Herramientas de seguimiento: evaluación y control de los resultados obtenidos de las acciones implementadas. Proporcionan las herramientas para controlar el cumplimiento de las políticas y ayuda a detectar fallos en el sistema de gestión para su posterior mejora.

Indicadores de seguimiento: datos cuantitativos para medir el grado de implantación de las ideas (políticas, acciones/proyectos y herramientas de seguimiento).

El Informe de Progreso está planteado en términos de medición del progreso: no se trata de que se cumpla al 100% el primer año, el objetivo es ir progresando. El Informe de Progreso, es por tanto una demostración importante por parte de los firmantes del compromiso adquirido con el Pacto Mundial y sus Principios.

ANÁLISIS



DERECHOS HUMANOS



2

Temáticas contempladas

NORMAS LABORALES



2

Temáticas contempladas

MEDIOAMBIENTE



2

Temáticas contempladas

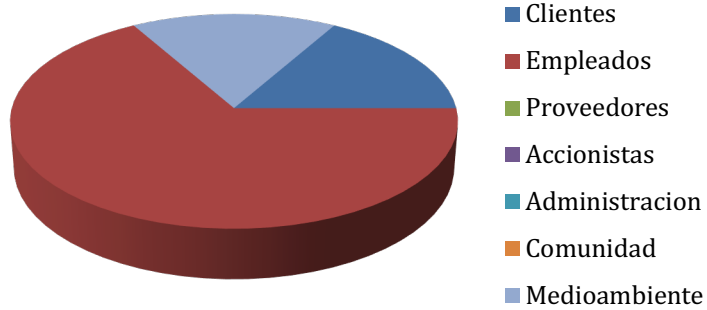
ANTICORRUPCIÓN



1

Temáticas contempladas

Elementos aplicados por grupos de interés



GRUPO DE INTERÉS Clientes



Sensibilización a clientes en sostenibilidad



EVEN TO PARA LA SENSIBILIZACIÓN CONTRA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO

Un tercio de los alimentos producidos para el consumo humano se pierde o se desperdicia en todo el mundo, lo que equivale a cerca de 1.300 millones de toneladas al año, según datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). España no es ajena a este problema, muy presente también en nuestro entorno más inmediato. Los últimos datos disponible del Ministerio de Agricultura evidencian un despilfarro de 1.339 millones de kilos de alimentos y bebidas durante 2018, casi un 9 % más que el año anterior. El 84 % de los desperdicios corresponde a productos sin utilizar.

OR Comunicación ha venido colaborando activamente durante la última década, *pro bono*, con la comunicación del Banco de Alimentos de Zaragoza, Fundación que durante 2019 celebraba su 25 aniversario. Esta efeméride configuró en marco en el cual organizamos un evento para sensibilizar a los diferentes eslabones de la cadena alimentaria y a la sociedad en general sobre esta problemática que todos podemos ayudar a erradicar.

Así, el viernes 22 de marzo de 2019 en el Patio de la Infanta de Ibercaja y bajo el epígrafe “Evitar el desperdicio alimentario: una responsabilidad compartida” el Banco de Alimentos de Zaragoza, bajo la presidencia de José Ignacio Alfaro, se celebró una jornada, abierta a la industria alimentaria y al público en general, cuyo punto central fue una mesa redonda que contó con distinguidos ponentes como Clara Arpa, miembro de la Junta Directiva del Pacto Mundial de Naciones Unidas; Víctor Viñuales, Director Ejecutivo de

ECODES, Vicepresidente del Pacto Mundial de Naciones Unidas en España; y Félix Longás, presidente de la Asociación de Industrias de Alimentación de Aragón.

Los temas tratados abordaron el desperdicio alimentario desde diversas perspectivas como la social, la económica o la ambiental. Todos los ponentes destacaron la importante labor que desarrollan los Bancos de Alimentos y las ventajas que ofrecen para las empresas agroalimentarias tanto para hacer frentes a sus excedentes, como la posibilidad de hacerlo de una manera más proactiva dentro de sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa.

La junta, Patronos y voluntarios del Banco de Alimentos estuvieron arropados por representantes de instituciones y empresas donantes, organizaciones beneficiadas, así como el Presidente de la Federación Española de Bancos de Alimentos, Fesbal, Juan Vicente Peral, El Alcalde de Zaragoza Pedro Santistevé y la Delegada del Gobierno en Aragón, Carmen Sánchez quienes mostraron de esta manera su apoyo a la iniciativa.

Política RSE - Política

Como expresa nuestra página web y las comunicaciones con nuestros clientes, OR ayuda a las empresas a implantar y comunicar planes y actuaciones de Responsabilidad Social Corporativa.

Las empresas necesitan decir bien lo que hacen bien, pero no solo se trata de “decir” sino que se trata de “ser” y “hacer” y tener claros los motivos para ello. La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una forma de hacer negocios de forma sostenible y compatible con el desarrollo humano, social, económico y medioambiental.

No es algo exclusivo de grandes compañías sino de total aplicación también a las PYMES, basado en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus Grupos de Interés, ya sean clientes, empleados, accionistas,

INFORME DE PROGRESO 2019

comunidades locales, medioambiente o sobre la sociedad en general, por citar algunos. Por todo ello, hemos hecho de la difusión de la RSC una de nuestras prioridades.

Comunicación interna y externa - Acción / Proyecto

El blog de la empresa publicará artículos de sensibilización sobre la importancia de la RSC en las empresas.

Informe o Memoria de Sostenibilidad - Herramienta de Seguimiento

Pretendemos que este informe nos ayude a realizar un seguimiento para medir nuestros progresos en materia de difusión de los ODS

Objetivos marcados para la temática

OBJETIVO 12.- PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Según la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), la pérdida de alimentos es la disminución en la cantidad o calidad de los alimentos como resultado de las decisiones y acciones de los proveedores en la cadena alimentaria, excluyendo a los minoristas, proveedores de servicios de alimentos y consumidores; y el desperdicio de alimentos se refiere a la disminución en la cantidad o calidad de los alimentos como resultado de las decisiones y acciones de los minoristas, proveedores de servicios alimentarios y consumidores. Por su parte la

EPA (Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos) define las pérdidas de alimentos como los alimentos no comidos y residuos de la preparación de la comida de los hogares y de los establecimientos comerciales como supermercados, restaurantes y puestos de comestibles, servicios de restauración y cantinas de entidades públicas, y los comedores de los empleados del sector industrial. Por otra parte, define los residuos de la transformación de los alimentos como los que se producen en las prácticas agrícolas o los procesos industriales.

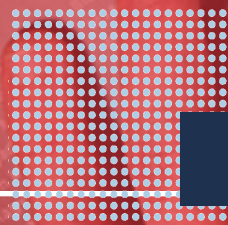
A la vista de cualquier definición, para reducir la pérdida y el despilfarro de alimentos y por lo tanto contribuir a una producción y un consumo más responsables y actuar sobre un derecho humano tan básico como lo es la alimentación, es preciso considerar la cuestión desde una perspectiva transversal a todos los eslabones de la cadena alimentaria, al tiempo que abordamos la problemática desde los aspectos económico, ambiental, nutricional y cultural.

Mediante el evento organizado se pretende colaborar en un cambio de comportamiento y de actitud por parte de todos para recuperar el valor de los alimentos en todos los aspectos anteriormente citados.

OBJETIVO 17.- ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

En base a lo anterior, a través del citado evento, se puso en un mismo marco de trabajo a la industria alimentaria y al tercer sector, frente a la sociedad civil y la administración pública, para que juntos realizaran una reflexión que nos concierne a todos.

GRUPO DE INTERÉS Empleados



Formación a empleados/as en aspectos de derechos humanos



Desde OR Comunicación asistimos de manera regular a aquellos foros y jornadas que tengan por objetivo la difusión de la responsabilidad social dentro de la cultura empresarial que se celebran en nuestro entorno, como por ejemplo , la sesión del Instituto Aragonés del Fomento Jornada Anual de la Responsabilidad Social de Aragón 2019, celebrada el 11 de diciembre de 2019, o la jornada sobre “Los Objetivos de Desarrollo sostenible en las empresas de Aragón” del 12 de septiembre, así como la jornada organizada por la CEO sobre “Responsabilidad social y cumplimiento normativo” del día 21 de febrero del mismo año.

Plan de Formación y Desarrollo - Política

Formación a empleados/as en aspectos de derechos humanos - Acción / Proyecto

Horas de formación/año - Indicador de Seguimiento

Dos empleados han realizado tres sesiones formativas cada uno.

Objetivos marcados para la temática

OBJETIVO 4.- EDUCACIÓN DE CALIDAD

Radicados en Zaragoza, tenemos acceso como empresa aragonesa a toda la formación que desarrolla el Instituto Aragonés de Fomento que dentro de su programa Aragón Empresa realiza una intensa actividad formativa para impulsar el desarrollo económico de su entorno, poniendo especial foco en aspectos de responsabilidad.

OBJETIVO 8.- TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Los tres empleados de OR Comunicación se encuentran amparados por el Convenio Colectivo de Empresas de Publicidad vigente en España. Realizamos un curso de prevención de riesgos laborales, estamos supervisados para ello por un proveedor y contamos también con las pertinentes revisiones médicos con un gabinete de vigilancia de la salud.

Conciliación familiar y laboral



OR comunicación tiene implantada una jornada laboral personalizada para cada una de sus dos trabajadoras por cuenta ajena con el objetivo de que puedan conciliar su vida laboral y profesional. A una de ellas además se le ha dotado de equipo tecnológico para poder *teletrabajar* cuando lo necesite.

Política de Conciliación - Política

Organización del tiempo de trabajo - Acción / Proyecto

Una empleada de OR Comunicación ha adecuado su jornada laboral a las necesidades del cuidado familiar de un familiar de primer grado que se encuentra en situación de dependencia total. De igual manera y para facilitarle esta labor, cuenta con equipo tecnológico de la empresa que le permite trabajar desde su casa cuando la citada situación lo requiere.

Encuestas de satisfacción - Herramienta de Seguimiento

Conversaciones con el director de la empresa

Objetivos marcados para la temática

OBJETIVO 5.- IGUALDAD DE GÉNERO

Mediante esta medida OR COMUNICACIÓN ha querido facilitar el desarrollo profesional de esta empleada tras su decisión de dedicar gran parte de sus esfuerzos a sus necesidades familiares.

Igualdad de género



La plantilla está compuesta por dos mujeres y un hombre.

Plan de Igualdad - Política

Se implementan las mismas acciones en materia de formación y mejora de en todos los casos.

Brecha salarial - Acción / Proyecto

Los salarios son idénticos en ambos géneros según categoría profesional.

Horas de formación por empleado - Indicador de Seguimiento

Las horas de formación son las mismas en ambos géneros.

INFORME DE PROGRESO 2019

Objetivos marcados para la temática

OBJETIVO 5.- IGUALDAD DE GÉNERO

La igualdad real de mujeres y hombres, principio jurídico universal reconocido en diversos textos internacionales sobre derechos humanos y en OR estamos sensibilizados con las carencias que existen en la sociedad en este aspecto. En nuestro caso, las categorías, salarios y beneficios son idénticos independientemente del género.

Lucha contra la corrupción y soborno dentro de la entidad



Transparencia en la selección de proveedores Tenemos preferencia por proveedores que cuenten con algún tipo de homologación en materia de RSC o que estén trabajando en este sentido. Planteamos a nuestros clientes diferentes ofertas de proveedores, informándoles de las ventajas y desventajas de cada caso a fin de que puedan tomar decisiones sobre información veraz.

Normas Éticas y Valores Corporativos - Política

Al ser un equipo formado por tres personas, la comunicación entre nosotros es muy fluida. Los aspectos ligados a la responsabilidad social y el buen gobierno forman parte de nuestra cultura corporativa y los transmitimos también a la hora de seleccionar a nuestros proveedores.

Reuniones de equipo - Acción / Proyecto

Solicitamos información que valoramos en equipo para tomar decisiones transparentes.

Informe o Memoria de Sostenibilidad - Herramienta de Seguimiento

Mediante nuestros informes de progreso, queremos reportar para mejorar la transparencia de las empresas en sus relaciones comerciales.

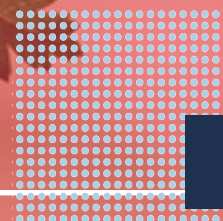
Objetivos marcados para la temática

OBJETIVO 16.- PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS

Creemos firmemente que las micropymes también podemos ser herramienta de cambio para una sociedad sostenible. La gestión, el trabajo diario y el reporte de la actividad de la empresa, lo basamos en la responsabilidad, transparencia y en la honestidad,

GRUPO DE INTERÉS

Medio ambiente



Medidas de economía circular



Cambio Climático



RECICLAJE DE PAPEL Y PLÁSTICO En OR tenemos el compromiso de minimizar el uso del papel para lo que realizamos todas las presentaciones y propuestas a clientes de manera digital. De igual manera separamos el papel y el plástico y periódicamente los llevamos al punto limpio más cercano.

Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) - Política

Se ha destinado una zona de la oficina a la separación de residuos para su posterior reciclaje. Adicionalmente, a la hora de solicitar trabajos a la imprenta, pedimos papeles sostenibles.

Fijación de objetivos cuantificables de reducción de emisiones - Acción / Proyecto

Reducción de consumo papel.

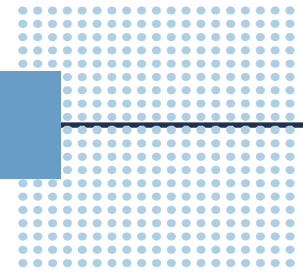
Informe ambiental - Herramienta de Seguimiento

Pretendemos bajar el consumo de papel a un dato menor al de 2019, que fue de 5000 hojas de papel.

Objetivos marcados para la temática

OBJETIVO 12.- PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

El reciclaje puede ser una gran palanca para impulsar estilos de producción, consumo y de vida sostenibles.



ANEXO

CORRELACIÓN DE

TEMÁTICAS



Empleados

Formación a empleados/as en aspectos de derechos

humanos



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 04 | Educación de Calidad, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Formación, III. Información sobre el respeto de los derechos humanos

Indicador GRI: 410, 412, 412-2

Conciliación familiar y laboral



Principio: Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

ODS relacionado: 05 | Igualdad de género

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Organización del trabajo

Indicador GRI: 401-3, 401-2

Igualdad de género



Principio: Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

ODS relacionado: 05 | Igualdad de género

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Igualdad, II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Empleo

Indicador GRI: 405, 406, 102-22, 401-1

Lucha contra la corrupción y soborno dentro de la entidad



Principio: Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas. Incluidas la extorsión y el soborno.

ODS relacionado: 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas

Vinculación Ley: IV. Información relativa a la lucha contra la corrupción y soborno

Indicador GRI: 102-16, 102-17, 205-1, 205-2, 205-3

Cientes

Sensibilización a clientes en sostenibilidad



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 12 | Producción y Consumo Responsable, 17 | Alianzas para lograr los objetivos

Medioambiente

Medidas de economía circular



Principio: Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

ODS relacionado: 12 | Producción y Consumo Responsable

Vinculación Ley: I. Información sobre cuestiones ambientales: Economía Circular y prevención y gestión

Indicador GRI: 301-2, 301-3

Cambio Climático



Principio: Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

ODS relacionado: 13 | Acción por el clima, 12 | Producción y Consumo Responsable

Vinculación Ley: I. Información sobre cuestiones medioambientales: Cambio Climático

Indicador GRI: 201-2



Evento para la sensibilización de la erradicación del Despilfarro Alimentario, ideado y organizado por OR Comunicación con motivo del 25 Aniversario del Banco de Alimentos de Zaragoza.
Zaragoza, 22 de marzo de 2019

Fundación Banco de Alimentos de Zaragoza
Nos hace falta lo que a ti te sobra...

ONG ACREDITADA FUNDACIÓN LEALTAD

RISA 2020

Inicio El Banco Donantes Receptores Voluntarios Donaciones Noticias Campañas Reconocimientos Contactar

Buscar ...

- 25 Aniversario - Patio de la Infanta - 22/03/2019

24/03/2019

El Banco de Alimentos de Zaragoza celebra su 25 aniversario.

El pasado viernes 22 de marzo en el Patio de la Infanta de Ibercaja, tuvo lugar la inauguración de los actos del 25 aniversario del Banco de Alimentos de Zaragoza. El Presidente del Banco de Alimentos de Zaragoza, José Ignacio Alfaro, dirigió unas palabras a los asistentes recordando a todas las personas que han hecho posible que la entidad haya alcanzado hoy el nivel de organización que la entidad tiene. El Vicepresidente de la misma, Víctor Ayllón hizo un breve repaso sobre los hitos más importantes en la historia de la Fundación, preludeo de un emocionante vídeo resumen de la actividad del Banco de Alimentos.

Posteriormente y bajo el tema del "Evitar el desperdicio alimentario: una responsabilidad compartida" se celebró una interesante mesa redonda que contó con distinguidos ponentes de talla internacional como Clara Arpa, CEO de ARPA Equipos Móviles de Campaña, Miembro de la Junta Directiva del Pacto Mundial de Naciones Unidas; Víctor Viruñales, Director Ejecutivo de ECODES, Vicepresidente del Pacto Mundial de Naciones Unidas en España; y Félix Longás, presidente de la Asociación de Industrias de Alimentación de Aragón, destacado directivo de dilatada trayectoria en importantes empresas y especialista en estrategia empresarial. Tanto el acto como la mesa redonda fueron conducidos por el conocido periodista Jesús Nadador. Los temas tratados abordaron el desperdicio alimentario desde diversas perspectivas como la social, la económica o la ambiental. Todos los ponentes destacaron la importante labor que desarrollan los Bancos de Alimentos y las ventajas que ofrecen para las empresas agroalimentarias tanto para hacer frentes a sus excedentes, como la posibilidad de hacerlo de una manera más proactiva dentro de sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa.

La Junta, Patronos y voluntarios del Banco de Alimentos estuvieron arropados por representantes de instituciones y empresas donantes, organizaciones beneficiarias, así como el Presidente de Fesba, Juan Vicente Peral, el Alcalde de Zaragoza Pedro Santisteve y la Delegada del Gobierno en Aragón, Carmen Sánchez que mostraron de esta manera su apoyo al Banco de Alimentos de Zaragoza.

Fotos 22-03-2019
Verfen 25 aniversario

OR

COMUNICACIÓN CORPORATIVA
GESTIÓN DE MARCAS | RRPP | RSC

Informe de progreso 2019



APOYAMOS
AL PACTO MUNDIAL

Esta es nuestra Comunicación sobre el Progreso en la aplicación de los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.